

0- 792280

На правах рукописи



**Веревкин Дмитрий Юрьевич**

**РАЗВИТИЕ ЭЛЕМЕНТОВ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ  
НА ЛОКАЛЬНОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ  
(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКИХ ОКРУГОВ  
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Специальность 08.00.05 –  
Экономика и управление народным хозяйством  
(региональная экономика)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук



Екатеринбург – 2010

|              |           |
|--------------|-----------|
| <b>КГФЭИ</b> |           |
| Входящий №   | 58/01-482 |
| 20.04        | 20 14.    |

**Диссертационная работа выполнена  
на кафедре региональной и муниципальной экономики  
ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»**

**Научный руководитель:** доктор экономических наук, профессор  
Дворядкина Елена Борисовна (Россия),  
профессор кафедры  
региональной и муниципальной экономики  
ГОУ ВПО «Уральский государственный  
экономический университет», г. Екатеринбург

**Официальные оппоненты:** доктор экономических наук, профессор  
Николаева Тамара Ивановна (Россия),  
профессор кафедры  
коммерции и экономики торговли  
ГОУ ВПО «Уральский государственный  
экономический университет», г. Екатеринбург

кандидат экономических наук, доцент  
Макарова Ирина Валерьевна (Россия),  
старший научный сотрудник  
Института экономики Уральского отделения  
Российской академии наук, г. Екатеринбург

**Ведущая организация:** ГОУ ВПО «Пермский государственный  
университет», г. Пермь

Защита состоится 18 мая 2010 г. в 13.00 на заседании диссертационного совета  
Д 212.287.01 при ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»  
по адресу: 620219, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45, зал за-  
седаний Ученого Совета (ауд. 150).

Отзывы на автореферат в двух экземплярах, заверенные гербовой печатью, про-  
сим направлять по адресу: 620219, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной воли,  
62/45, ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», ученому  
секретарю диссертационного совета Д 212.287.01, факс (343) 257-71-47.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Ураль-  
ский государственный экономический университет». Автореферат диссертации разме-  
щен на сайте ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»:  
<http://www.usue.ru>.

Автореферат разослан 17 апреля 2010 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат экономических наук, доцент



0000689791

Н. В. Новикова

## I Общая характеристика работы

**Актуальность темы диссертационного исследования.** Потребительский рынок товаров обслуживает завершающую стадию воспроизводственного процесса, в результате чего любые изменения, происходящие на ранних этапах, незамедлительно находят отражение в его функционировании и развитии. В частности, последствия мирового экономического кризиса ярко проявились на национальном, региональных и локальных рынках товаров как в России, так и за рубежом, отразившись изменениями темпов развития, потребительских предпочтений, стратегий, реализуемых органами власти и хозяйствующими субъектами.

Неслучайно именно в кризисных условиях российское государство обратило пристальное внимание на проблемы регулирования торговой деятельности, реализуемой в рамках потребительского рынка товаров и услуг, который сформировался как крупнейший сектор национальной и региональной экономики, создающий около 20% валового внутреннего продукта России.

Региональное развитие в последние годы все чаще стало рассматриваться сквозь призму концептуальных установок формирования *сетевых структур, становления элементов сетевой экономики*. Динамика статистических показателей иллюстрирует, что сетевые процессы очень активно формируются в рамках локальных потребительских рынков, сложившихся в границах городских муниципальных образований, в частности, в сегменте реализации товаров и услуг.

Все больше ученых и практиков соглашались с тем, что развитие сетевых процессов на региональном и локальном потребительском рынке – это неизбежный, активно развивающийся процесс, соответствующий реалиям формирования постиндустриального общества. Противодействовать ему означает тормозить эволюционный характер экономического развития. Однако для успешного содействия необходимы знания законов сетевой экономики, закономерностей развития и функционирования сетевых структур на национальном, региональном и локальном уровнях.

В связи с изложенным теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования представляется достаточно актуальной и обоснованной.

**Степень разработанности проблемы.** Исследованием процессов развития и функционирования локального потребительского рынка с различной степенью детализации занимаются ряд дисциплин, в частности, экономическая теория, маркетинг, логистика, экономика торговли, региональная и муниципальная экономика. Однако наиболее детально к исследованию локального потребительского рынка подошли ученые, работающие в рамках теории региональных рынков (А. Г. Гранберг, Ф. А. Крутиков, Б. П. Орлов, Р. И. Шнипер, А. С. Новоселов, А. С. Маршалова,

А. Р. Бернвальд, А. А. Байматов, Е. Г. Анимца, Т. И. Николаева, Э. В. Пешина, А. В. Зырянов, О. Н. Зуева, Н. В. Новикова и др.).

У. Изард, изучая межрегиональные товарные и финансовые потоки, приходит к выводу, что любой стране присущ не единый обширный рынок, а иерархия рынков – местных (локальных), субрегиональных, региональных и национальных.

С. Харрис обосновал понятие «рыночный потенциал» применительно к городам и другим территориальным образованиям. У. Рейли сформулировал закон «гравитации рыночной торговли». Теория рыночных потенциалов и пространственного взаимодействия получила дальнейшее развитие в работах М. Биркина, Х. Уильямса и др.

Этими отечественными и зарубежными учеными были систематизированы различные факторы функционирования и развития рынков различного иерархического уровня.

Учитывая высокую динамику новых сетевых процессов, формирующихся, прежде всего, на локальном потребительском рынке, считаем, что интересный методологический базис для его изучения представляет *теория сетевой экономики*, получившая в последнее время большое развитие и распространение в трудах зарубежных (К. Келли, М. Кастельс, М. Грановеттер, Д. Норт, Й. Рюэгл-Шпюрм, М. Янг и др.) и отечественных (А. Олейник, В. В. Радаев, И. А. Стрелец, И. А. Лазарев, В. Н. Бугорский, Л. А. Хасис, С. И. Паринов, Л. А. Мясникова, В. Л. Иноземцев и др.) ученых.

Однако приходится констатировать, что уровень разработанности теории и методики развития и функционирования локального потребительского рынка, сетевых процессов, протекающих на нем, представляется явно недостаточным. В отечественной и зарубежной литературе остаются дискуссионными вопросы исследования локального потребительского рынка, а теория и методология сетевой экономики находится в стадии становления.

Недостаточная разработанность теоретических и методических подходов, необходимость учета многообразия новых факторов в становлении и развитии сетевой экономики, в том числе на локальном потребительском рынке, их высокая практическая значимость обусловили выбор темы диссертационного исследования, объекта и предмета работы, постановку ее цели и задач.

Объектом диссертационного исследования выступает локальный потребительский рынок товаров, сформировавшийся в границах муниципальных образований – городских округов.

Предметом исследования является система экономических отношений, возникающих между продавцами и покупателями на локальном потребительском рынке, сформировавшемся в пространстве муниципального образования – городского округа, а также тенденции, факторы, условия его функционирования и развития.



**Цель диссертационного исследования** заключается в теоретическом осмыслении и практическом исследовании проблем формирования локального потребительского рынка товаров, в выявлении перспективных направлений и эффективных механизмов регулирования его дальнейшего развития.

Для достижения указанной цели были поставлены и последовательно решались следующие исследовательские задачи:

- выявить понятийно-категорийное содержание исследования локального потребительского рынка;
- обосновать подходы к исследованию локального потребительского рынка с позиций теории региональных рынков и теории сетевой экономики;
- охарактеризовать процессы функционирования и развития регионального и локальных потребительских рынков, сформировавшихся на определенной территории;
- разработать типологическую структуру городов по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке товаров;
- обосновать концептуальные представления о перспективах развития элементов сетевой экономики на региональном и локальных потребительских рынках товаров.

**Теоретической и методологической основой диссертационного исследования** послужили фундаментальные положения теории региональных рынков и теории сетевой экономики. При написании работы также использован концептуальный аппарат, теоретические положения и научные принципы, разработанные ведущими отечественными и зарубежными специалистами в области экономики города, муниципальной экономики, муниципального хозяйства, региональной экономики, регионального управления и местного самоуправления.

Основной методологический принцип исследования – системно-структурный, позволивший наиболее эффективно организовать научный поиск для решения поставленных задач. Используются общенаучные методы сравнительного, многофакторного, функционального анализа, классификации, статистических группировок.

**Информационно-эмпирическая база исследования** сформирована на основе использования нескольких типов источников: во-первых, официальных материалов органов государственной, региональной и муниципальной статистики, а также материалов органов местного самоуправления; во-вторых, первичной информации сетевых структур, функционирующих в сфере розничной торговли; в-третьих, результатов исследований, проведенных лично диссертантом.

**Нормативно-правовая база исследования** представлена рядом законодательных актов: Конституцией РФ, Гражданским, Бюджетным кодексами, а также Законами РФ по вопросам организации местного само-

управления, указами Президента РФ, постановлениями Правительства РФ, нормативно-инструктивными материалами министерств и ведомств, органов местного самоуправления.

**Научная новизна диссертационного исследования** заключается в авторском теоретическом анализе феномена «локальный потребительский рынок», в исследовании и обосновании факторов, условий и предпосылок, предопределяющих направления, динамику его будущих изменений, и определяется следующими элементами приращения научного знания:

1 Предложено и обосновано использование научного базиса двух теоретических фундаментов – теории региональных рынков и теории сетевой экономики – для исследования процессов, протекающих на локальном потребительском рынке (п. 5.6 Паспорта специальностей ВАК).

2 Выявлены новые процессы, тенденции и закономерности развития регионального и локальных потребительских рынков в пространстве региона, в том числе активизация сетевой торговли (п. 5.6 Паспорта специальностей ВАК).

3 Разработана типология городов региона по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке (п. 5.5 Паспорта специальностей ВАК).

4 Обоснованы перспективы и факторы будущего развития локальных потребительских рынков в пространстве городов разных типов по уровню развития сетевой торговли (п. 5.5 Паспорта специальностей ВАК).

**Практическая значимость диссертационного исследования** состоит в том, что основные теоретико-методологические положения, выводы и рекомендации, статистические материалы могут быть использованы:

- органами государственной власти для выбора приоритетных направлений, разработки и реализации стратегии развития регионального потребительского рынка;
- органами местного самоуправления при разработке стратегий, программ, прогнозов развития локального потребительского рынка;
- высшими учебными заведениями при подготовке и переподготовке специалистов по региональной и муниципальной экономике, по государственному и муниципальному управлению.

**Апробация результатов диссертационной работы.** Основные положения и выводы диссертации были использованы: Администрацией Кушвинского городского округа при разработке стратегии социально-экономического развития Кушвинского городского округа, в том числе стратегии развития потребительского рынка; Администрацией города Трехгорного при разработке основных направлений социально-экономического развития муниципального образования.

Теоретические положения и результаты исследования внедрены в практику учебного процесса в ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет».

Внедрение результатов диссертационной работы подтверждено документами, прилагаемыми к диссертации.

Основные положения, методологические, теоретические и практические результаты работы докладывались и обсуждались на международных научно-практических конференциях в Санкт-Петербурге (2006 г.), Екатеринбурге (2006 г.), Барнауле (2006 г.), Уфе (2007 г.); международном круглом столе (Екатеринбург, 2009 г.); всероссийских научно-практических и научно-теоретических конференциях в Екатеринбурге (2005 г.), Сыктывкаре (2006), Нижнем Тагиле (2006 г.), Оренбурге (2006 г.), Камenskе-Уральском (2009 г.); всероссийских форумах молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 2006–2009 гг.).

**Публикации.** Основное содержание диссертационного исследования изложено в 19 научных работах, в том числе в одной монографии, в одной статье в научном журнале, рекомендованном ВАК для публикации результатов диссертационных исследований, а также в статьях и тезисах докладов и выступлений. Общий объем публикаций составил 13,6 п. л., в том числе авторских – 7,2 п. л.

**Структура и объем диссертации.** Предмет исследования, его цель, задачи и специфика определили логику и структуру работы. Диссертация состоит из трех глав основного текста, введения, заключения, списка литературы из 165 наименований, 7 приложений. Содержание работы изложено на 185 страницах машинописного текста и включает 10 рисунков, 23 таблицы.

**Во введении** на основе анализа степени разработанности проблемы в современной отечественной и зарубежной науке обоснованы актуальность и значимость избранной темы, определены цель, задачи, предмет и объект исследования, раскрыты научная новизна и практическая значимость предложений и выводов, сформулированных в диссертации.

**В первой главе** «Теоретико-методологические аспекты исследования развития и функционирования локального потребительского рынка в контексте сетевой экономики» раскрывается сущность и содержание понятий «региональный потребительский рынок», «локальный потребительский рынок товаров», приводится обоснование применения к исследованию локального потребительского рынка научных фундаментов теории региональных рынков и теории сетевой экономики. Анализируются и оцениваются факторы, условия и предпосылки, определяющие динамику, масштабы развития и функционирования локального потребительского рынка.

**Вторая глава** «Исследование развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке товаров (на примере городских округов Свердловской области)» посвящена изучению процессов функционирования и развития регионального и локальных потребительских рынков товаров на территории Свердловской области.

В *третьей главе* «Перспективные направления развития сетевой торговли на региональном и локальных потребительских рынках товаров (на примере городских округов Свердловской области)» с использованием теории региональных рынков и теории сетевой экономики обосновываются перспективы развития регионального и локальных потребительских рынков Свердловской области.

В *заключении* приведены наиболее существенные результаты проведенного исследования, представлены выводы и рекомендации, составляющие предмет защиты диссертации.

В *приложениях* представлены вспомогательные аналитические материалы, иллюстрирующие и дополняющие отдельные положения диссертационной работы.

## **II Основные положения диссертационного исследования, выносимые на защиту**

1 Предложено и обосновано использование научного базиса двух теоретических фундаментов – теории региональных рынков и теории сетевой экономики – для исследования процессов, протекающих на локальном потребительском рынке.

Авторское обобщение научных исследований показало, что наибольшее внимание процессам, протекающим на региональном (локальном) потребительском рынке, уделяют ученые, работающие в рамках *теории региональных рынков*. Однако, учитывая высокую динамику новых сетевых процессов, формирующихся, прежде всего, на локальном потребительском рынке, считаем, что соответствующий методологический базис для его изучения представляет теория сетевой экономики, получившая в последнее время большое развитие и распространение в научных кругах.

В контексте теории региональных рынков автором уточнено содержание понятия «локальный потребительский рынок», представлена его структурная детализация.

Авторский анализ научных трудов, посвященных проблемам развития и функционирования локального потребительского рынка, показал отсутствие четкого определения, раскрывающего его экономическую сущность. Обобщение научных источников позволяет рассматривать региональный потребительский рынок и локальный (местный) потребительский рынок как разновидности в общей рыночной структуре, часть национального рынка страны, выделяемые по территориальному признаку.

При формулировке авторского определения понятия «локальный потребительский рынок» нами были учтены толкования понятий «локальный», «потребительский», «потребительский рынок», «товарный ры-

нок», «региональный рынок», «региональный потребительский рынок», «локальный рынок», «местный рынок» и др.

Предлагается следующее авторское определение понятия *«локальный потребительский рынок»* – это система экономических отношений, возникающих между продавцами и покупателями товаров и услуг, предназначенных для личного потребления, в процессе их обращения, свойственная определенной территории (городу, городскому району, городу с окружением, муниципальному образованию).

Предлагая данное определение, мы учитываем основные черты, свойственные региональному рынку и, прежде всего, региональному потребительскому рынку. Для локального потребительского рынка характерны, во-первых, определенные *границы*, имеющие *подвижность*; во-вторых, общие (сходные) условия функционирования и развития; в-третьих, *характерные особенности*; в-четвертых, внутренняя и внешняя *открытость*.

Локальный потребительский рынок представляет собой ограниченное пространство, на котором реализуются товарно-денежные отношения, поэтому основные компоненты механизма его функционирования – это спрос, предложение, цена и конкуренция. Спрос на локальном потребительском рынке проявляется в виде пространственного распределения потребностей населения данной территории, выраженная в денежной форме. Предложение проявляется в виде пространственно рассредоточенной совокупности товаров и услуг, которые продавцы могут поставить на рынок при том или ином уровне цен. Цены на локальном потребительском рынке формируются под воздействием локальных, региональных, национальных и мировых факторов, определяющих спрос и предложение.

Локальный потребительский рынок включает в себя три укрупненных сегмента: рынок продовольственных товаров, рынок непродовольственных товаров, рынок потребительских услуг, которые тесно взаимосвязаны между собой. Структурная детализация локального потребительского рынка представлена на рисунке 1.

В рамках *теории региональных рынков* при изучении регионального потребительского рынка значительное внимание уделяется факторам его функционирования и развития, а также обоснованию причин межрегиональной дифференциации региональных потребительских рынков.

Научный базис теории региональных рынков позволил нам выделить и систематизировать факторы и условия, определяющие динамику, закономерности функционирования и направления развития локального потребительского рынка товаров, складывающегося в пределах муниципального образования (рисунк 2).

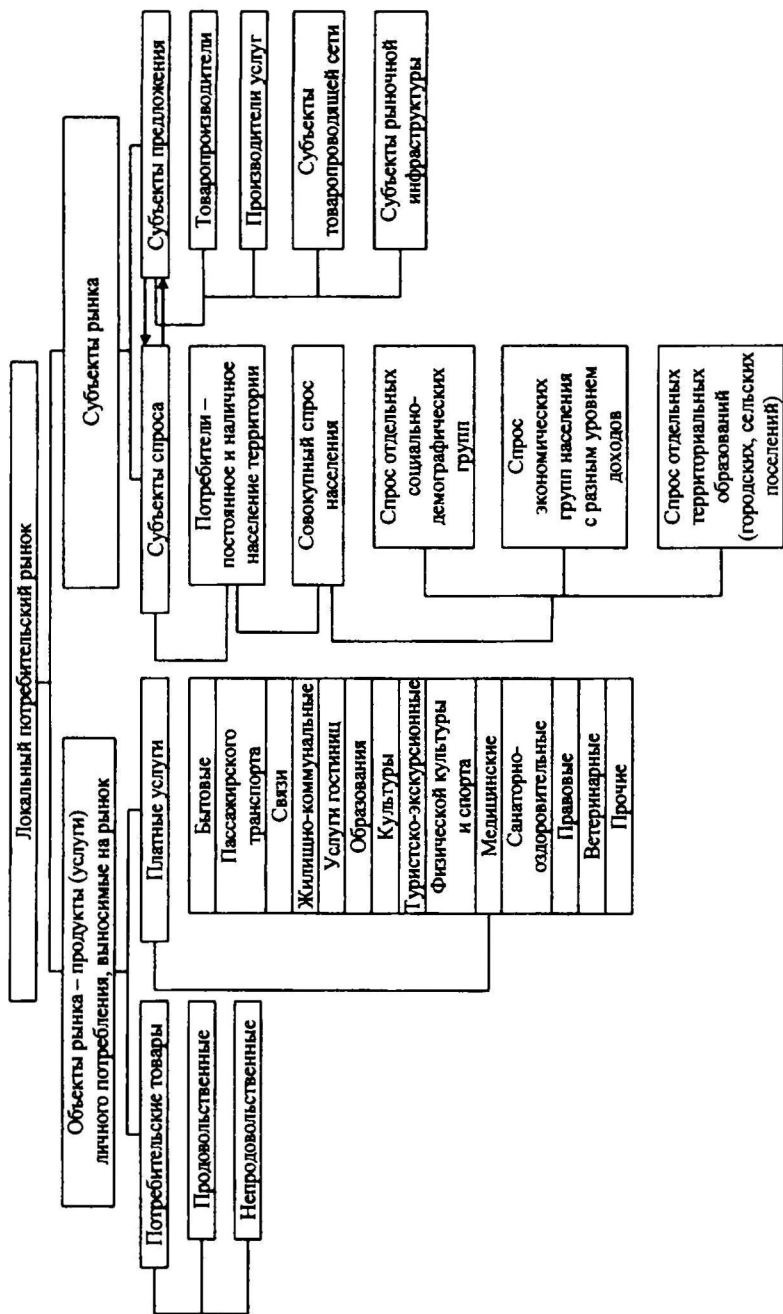


Рисунок 1 – Структура локального потребительского рынка

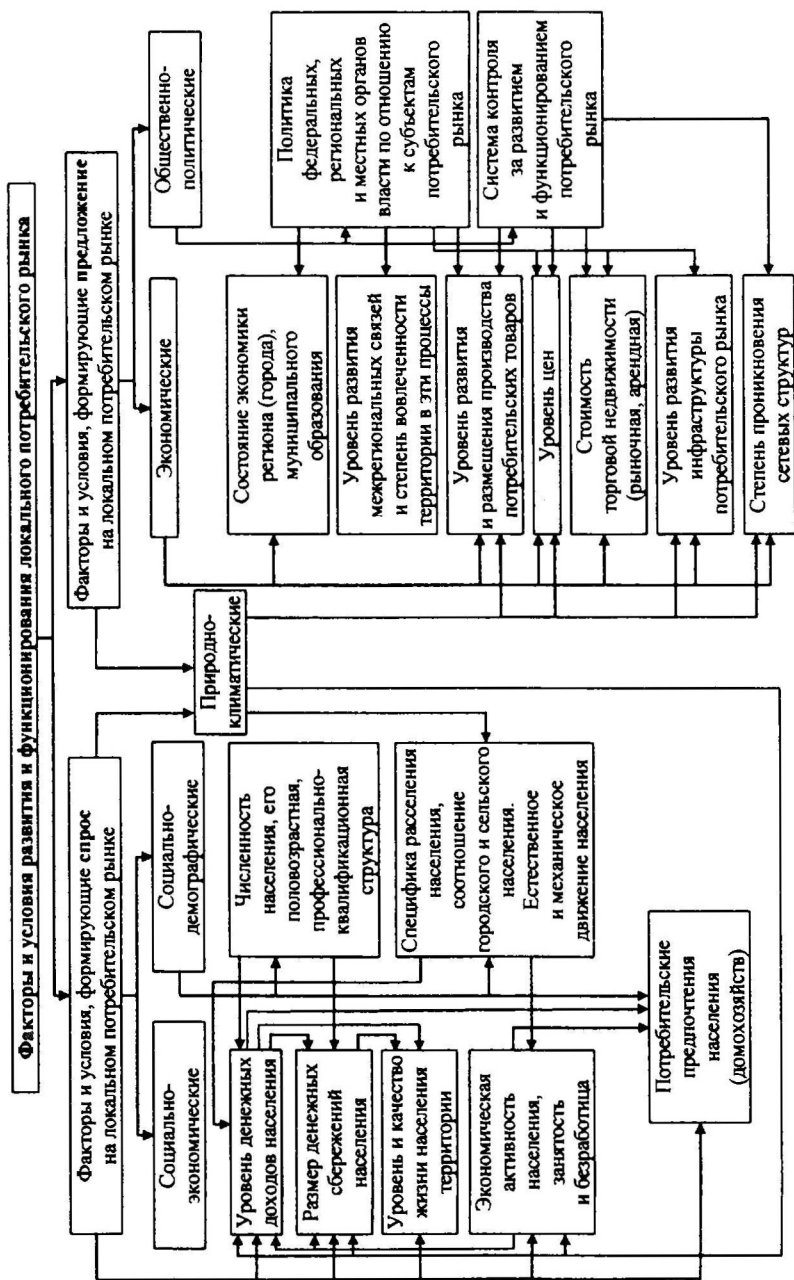


Рисунок 2 – Основные факторы и условия развития и функционирования локального потребительского рынка

Считаем, что корректность систематизации обоснована тем, что в ранее проведенных научных исследованиях подробная, всесторонняя совокупность факторов, условий функционирования и развития локального потребительского рынка товаров отсутствует, наиболее разработаны в этом аспекте обобщения факторов и условий функционирования и развития потребительского рынка, формирующегося в пространстве региона.

С учетом выводов и обобщений сторонников теории региональных рынков, а также предложенной авторской трактовки понятия «локальный потребительский рынок» нами выделены две укрупненные группы факторов и условий функционирования и развития локального потребительского рынка товаров. Первая группа – факторы и условия, формирующие спрос; вторая группа – факторы и условия, формирующие предложение на локальном потребительском рынке. Подчеркиваем, что выделенные группы факторов носят условный характер по причине их тесной взаимосвязи и взаимозависимости.

Региональное развитие в последние годы стало активно рассматриваться сквозь призму концептуальных установок формирования сетевых структур, *сетевой экономики*. Проекция положений теории сетевой экономики на региональный (городской) уровень позволяет сделать следующие выводы.

1 Уровень развития в регионе (городе) сетевых процессов, сетевых структур свидетельствует об уровне развития его экономики, покупательной способности населения, что обусловлено рядом факторов.

2 Новые экономические формы хозяйственной деятельности региона (города) строятся вокруг глобальных сетевых структур капитала, управления и информации, а осуществляемый через такие сети доступ к технологическим умениям и знаниям составляет основу производительности и конкурентоспособности региональной (городской) экономики.

3 Состояние региональной (городской) экономики, судьбы корпораций, семейных сбережений, национальных валют зависят от ситуации на глобальных финансовых рынках.

4 Расширение процессов сетевой экономики усиливает асимметрию пространственно-временной организации экономики региона.

Исследование процессов, протекающих на региональном (локальном) потребительском рынке, на теоретическом базисе *сетевой экономики* позволило ученым обосновать территориальные схемы экспансии торговых сетей; определить границы территориального освоения потребительских рынков торговыми сетями; выделить типы городов по специфике сложившегося сетевого рынка; установить закономерности экспансии и локализации торговых сетей и др.



**2 Выявлены новые процессы, тенденции и закономерности развития регионального и локальных потребительских рынков применительно к территории региона, в том числе территориальное и функциональное расширение сетевой торговли.**

2.1 Высокая *динамика* процессов, протекающих на региональном потребительском рынке Свердловской области, превращение его в одним из самых растущих сегментов экономики области, подтверждением чего служат следующие процессы: опережающая динамика оборота розничной торговли Свердловской области по сравнению со средними показателями по РФ, а также рост потребления товаров и услуг населением Свердловской области, свидетельством чего является высокая динамика оборота розничной торговли, рассчитанного на душу населения.

Основными факторами высокой динамики регионального потребительского рынка являются: общая благоприятная экономическая ситуация, сложившаяся в регионе в 2004–2007 гг., способствующая сокращению уровня безработицы и росту доходов населения; сформировавшаяся за период рыночных преобразований инфраструктура потребительского рынка; создание на территории Свердловской области условий для развития и функционирования малого предпринимательства; расширение практики потребительского кредитования населения; исторически сложившийся высокий уровень урбанизации региона; широкомасштабная экспансия на территорию региона международных и национальных торговых сетей, а также торговых сетей из других регионов.

2.2 Изменение *качественных* характеристик развития и функционирования регионального потребительского рынка Свердловской области, подтверждением чего являются, во-первых, рост относительных значений в товарообороте региона организованных форм торговли (стационарных торговых организаций) в противоположность неорганизованным формам (вещевые, смешанные и продовольственные рынки); во-вторых, процессы концентрации торгового капитала, рост количества современных крупных и средних предприятий, торгово-развлекательных центров, сокращение объектов мелкорозничной сети; в-третьих, повышение уровня обеспеченности населения торговыми площадями; в-четвертых, активизация процессов модернизации и инновационного развития хозяйствующих субъектов сферы розничной торговли; в-пятых, рост в общем объеме товарооборота доли непродовольственных товаров.

2.3 Усиление позиций регионального потребительского рынка в социально-экономических процессах, протекающих на *территории* Свердловской области, свидетельством чего вступают следующие тенденции: рост доли регионального потребительского рынка в структуре валовой добавленной стоимости (с 14,2% в 2004 г. до 19,8% в 2007 г.), в структуре занятости населения (с 15,6% в 2004 г. до 17,0% в 2007 г.), в стоимости

основных фондов (с 1,2% в 2004 г. до 1,4% в 2007 г.) Свердловской области и др. Кроме того, хозяйствующие субъекты потребительского рынка активно реализуют проекты торгового обслуживания социально незащищенных слоев населения.

2.4 Укрепление позиций регионального потребительского рынка Свердловской области на *общенациональном рынке*, о чем свидетельствует улучшение рейтинговых показателей региона, характеризующих состояние потребительского рынка: повышение рейтинговых позиций региона среди субъектов РФ по объему розничного товарооборота (с 7-го места в 2000 г. до 4-го в 2008 г.); по обороту розничной торговли на душу населения (с 28-й позиции в 2000 г. до 8-й в 2007 г.); повышение доли оборота розничной торговли Свердловской области в обороте РФ (с 2,5% в 2000 г. до 3,7% в 2007 г.).

2.5 Активизация *сетевых* процессов на потребительском рынке Свердловской области и ее городов. Проникновение сетевых структур следует рассматривать как новый, активно формирующийся процесс на региональном и локальных потребительских рынках Свердловской области, о чем свидетельствуют следующие тенденции и закономерности.

2.5.1 Высокая *динамика* абсолютных и относительных характеристик формирования и развития сетевой торговли на территории Свердловской области.

По данным за 2008 г., в регионе функционировали 424 торговые сетевые структуры, число которых за 2005–2008 гг. увеличилось на 178 единиц, или в 1,7 раза. Ежегодный прирост количества торговых сетей за рассмотренный период составлял около 20%. Высокая динамика количества торговых сетей обусловлена, с одной стороны, внешней экспансией на территорию региона международных, национальных сетей, сетей других регионов, с другой – активным развитием региональных и местных торговых сетей.

Привлекательность региона для внешних торговых сетей обусловлена достаточно емким рынком реализации потребительских товаров, поскольку изучаемая территория – один из наиболее урбанизированных регионов РФ, в котором 83,2% населения проживает в городских поселениях.

Ярко выражен рост торговых площадей, принадлежащих торговым сетям. Если в 2005 г. сетевым структурам принадлежало 893,2 тыс. м<sup>2</sup> торговых площадей, или 70% от регионального значения, то в 2008 г. – 2 929 тыс. м<sup>2</sup>, или 79% регионального значения. Ежегодные темпы роста торговых площадей составили 146,4–153,0% по сравнению с предыдущим периодом.

2.5.2 Сохранение доминирующих позиций *региональных сетей* в *продовольственном* сегменте розничной торговли.

Нами более подробно изучены основные показатели функционирования пяти крупнейших региональных продовольственных сетей («Кировский», «Купец», «Монетка», «Дикси-Урал», «Звездный»), оборот каждой из которых по итогам за 2007 г. оставил более 2 млрд р., а размер торговых площадей превысил 7 тыс. м<sup>2</sup>.

Анализ динамических характеристик пяти крупнейших региональных продовольственных торговых сетей позволил выявить следующие тенденции и закономерности.

Во-первых, высокая динамика абсолютных и относительных характеристик региональных продовольственных торговых сетей в обороте розничной торговли, в размере торговых площадей Свердловской области (таблицы 1, 2). Доминирование региональных сетей в значительной степени обусловлено знанием особенностей местного покупателя и производителя, накопленным опытом в области кадровой политики.

Во-вторых, активный рост количества объектов и среднего размера магазинов крупнейших региональных продовольственных розничных сетей.

В-третьих, активная экспансия региональных торговых сетей в города Свердловской области.

С целью выявления закономерностей локализации торговых сетей в пространстве региона нами проведено исследование локализации объектов шести наиболее крупных региональных продовольственных торговых сетей в 45 городах Свердловской области. Следует отметить, что рассматриваемые нами продовольственные торговые сети присутствуют в большинстве городов области (в 28 из 45).

В наибольшей степени экспансию в города региона осуществляют торговые сети «Монетка» (61 объект, или 70,9% от общего числа магазинов сети), «Кировский» (50 объектов, или 43,9%), «Купец» (22 объекта, или 36,7%), «Пятерочка» (19 объектов, или 48,7%). В результате шесть крупнейших продовольственных сетей Свердловской области располагают за пределами Екатеринбурга 154 магазинами, или 49% всех своих розничных объектов.

Состав наиболее привлекательных городов позволяет констатировать, что два из них – это крупнейшие города региона после Екатеринбурга (Нижний Тагил и Каменск-Уральский), еще два города – это города-спутники по отношению к Екатеринбургу (Первоуральск и Ревда).

В-четвертых, активная диверсификация видов деятельности, осуществляемых торговыми сетями, посредством организации собственного производства потребительских товаров, формирующего дополнительный ассортимент, повышение качества услуг торговли, конкурентоспособности предприятия.

Таблица 1 – Динамика позиций крупнейших региональных продовольственных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли Свердловской области

| Показатель  | 2003    | 2004    | 2005    | 2006    | 2007    |  |               | Изменение регионального значения 2007 г. по сравнению с 2003 г. |                  |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|--|---------------|---|------------------|
|   |         |         |         |         | Всего   | в том числе оборот, полученный на территории |               |   |                  |
|   |         |         |         |         |         | Свердловской области                         | Екатеринбурга | абсолютное  | относительное, % |
| 1 Оборот розничной торговли Свердловской области, млн р.  | 134 139 | 179 045 | 236 855 | 303 376 | 401 294 | 401 294                                      | 268 484       | 267 155   | 299,16           |
| Темпы роста, % к предыдущему году   | —       | 133,5   | 132,3   | 128,1   | 132,3   | —  | —             | —   | —                |
| 2 Оборот по реализации продовольственных товаров  | 65 523  | 85 763  | 109 427 | 136 827 | 185 037 | 185 037                                      | н/д           | 119 514   | 282,40           |
| Темпы роста, % к предыдущему году   | —       | 130,8   | 127,6   | 125,0   | 135,2   | —  | —             | —   | —                |
| В разрезе основных продовольственных торговых сетей:  |         |         |         |         |         |  |               |   |                  |
| «Кировский»   | 4 407   | 5 399   | 6 944   | 8 995   | 10 320  | 10 320                                       | 5 882         | 5 913   | 234,17           |
| «Кулецо»  | 3 200   | 4 231   | 5 067   | 8 523   | 7 963   | 7 476  | 6 205         | 4 763   | 248,84           |
| «Монетка»   | 2 103   | 2 690   | 4 973   | 8 417   | 13 869  | 8 903  | 4 897         | 11 766  | 659,49           |
| «Дикси-Урал» («Мегамарт», «Мини-март»)  | 600     | 2 500   | 3 800   | 5 738   | 8 255   | 4 369  | 2 578         | 7 655   | 1375,83          |
| «Звездный»  | 685     | 1 042   | 1 657   | 2 015   | 2 233   | 2 233  | 2 121         | 1 548   | 325,99           |
| Итого по крупнейшим торговым сетям  | 10 995  | 15 862  | 22 441  | 33 688  | 42 640  | 33 301                                       | 21 683        | 31 645  | 387,81           |
| Темпы роста, % к предыдущему году   | —       | 144,3   | 141,5   | 150,1   | 126,6   | —  | —             | —   | —                |
| 3 Доля торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли региона, %                      | 8,20    | 8,86    | 9,47    | 11,10   | 10,63   | 8,30   | 8,08          | 2,43  | 129,63           |
| 4 Доля торговых сетей в общем объеме оборота по реализации продовольственных товаров региона, % | 16,78   | 18,50   | 20,51   | 24,62   | 23,04   | 18,00  | н/д           | 6,26  | 137,31           |

Таблица 2 – Динамика позиций крупнейших региональных продовольственных торговых сетей в общем размере торговых площадей Свердловской области, по данным на начало года

| Показатель  | 2004          | 2005          | 2006           | 2007           | 2008           | Изменение показателя 2008 г. по сравнению с 2005 г. |
|---|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---|
| Размер торговой площади магазинов Свердловской области (на начало года), м <sup>2</sup> | –             | 1 497 712     | 1 956 84       | 2 068 937      | 2 329 668      | +831 976  |
| <i>Темпы роста, % к предыдущему году</i>  |               | –             | 130,6          | 105,7          | 112,6          | –   |
| в разрезе основных продовольственных торговых сетей:                                    |               |               |                |                |                |   |
| «Кировский»   | 26 530        | 31 276        | 41 988         | 52 672         | 56 780         | +25 504   |
| «Купец»   | 8 000         | 20 140        | 23 379         | 30 445         | 30 800         | +10 660   |
| «Монетка»   | 9 474         | 18 311        | 32 110         | 55 376         | 67 495         | +49 184   |
| «Дикси-Урал» («Мегамарт», «Минимарт»)   | 5 262         | 17 059        | 18 833         | 30 116         | 87 000         | +69 941   |
| «Звездный»  | 2 400         | 4 730         | 7 076          | 17 028         | 7 620          | +2 890  |
| <b>Итого по основным торговым сетям</b>   | <b>51 666</b> | <b>91 516</b> | <b>123 386</b> | <b>185 637</b> | <b>249 695</b> | <b>+158 179</b>                                     |
| <i>Темпы роста, % к предыдущему году</i>  | –             | –             | 134,8          | 150,5          | 134,5          | –   |
| Доля торговых сетей в общем размере торговых площадей региона, %                        |               | 6,11          | 6,31           | 8,97           | 10,72          | +4,61   |

В-пятых, изменения модернизационного характера в торговом обслуживании населения и предоставляемом торговыми сетями. Экспансия новых иностранных и национальных операторов, с одной стороны, обостряет конкуренцию на потребительском рынке области, а с другой – несет важные позитивные импульсы, способствующие снижению розничных цен, повышению уровня обслуживания, расширению ассортимента товаров и услуг, росту уровня технологических процессов. В результате региональный потребительский рынок становится более цивилизованным, а отечественные игроки получают больше возможностей привлекать доступные финансовые средства с мировых рынков на свое развитие.

### **3 Разработана типология городов Свердловской области по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке.**

Для систематизации, упорядочения информации о процессах, протекающих на локальном потребительском рынке городов Свердловской области, нами был применен *метод типологии*. По содержанию построенная типология может быть охарактеризована как *специализированная*, поскольку основана на выделении основного критерия – доля объектов (магазинов), функционирующих на территории города, входящих в состав сетевых структур, от общего количества магазинов города.

В связи с ограниченным характером информации о сетевых организациях, в том числе функционирующих в сфере розничной торговли, при построении типологии использованы данные, собранные автором по шести крупнейшим продовольственным сетям, осуществляющим деятельность на территории Свердловской области.

Применение типологического подхода позволило выделить пять типов городов Свердловской области по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке (таблица 3).

Нами доказана *временная устойчивость* выделенных типов городов Свердловской области по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке.

Пять типов городов сохраняют свои позиции на протяжении исследованных периодов. В частности, были проанализированы следующие характеристики локальных потребительских рынков: оборот розничной торговли на душу населения; оборот розничной торговли торгующих организаций на душу населения; оборот общественного питания на душу населения; степень вовлечения денежных доходов населения в оборот розничной торговли; обеспеченность населения торговыми площадями на 1 000 жителей; розничный товарооборот, полученный с 1 м<sup>2</sup> торговых площадей (эффективность розничной торговли); средний размер магазина.

Таблица 3 – Зависимость между уровнем развития сетевой торговли и основными характеристиками локального потребительского рынка городов Свердловской области (по данным за 2007 г.)

| Типы городов по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке                             | Доля сетевых магазинов, % от общего городского значения | Представители группы (количество городов в группе)  | Оборот розничной торговли на душу населения, тыс. р. | Оборот розничной торговли торговых организаций на душу населения, тыс. р. | Оборот общественного питания на душу населения, тыс. р. | Обеспеченность населения торговыми площадями, 1 м <sup>2</sup> на 1 000 жителей | Обеспеченность населения магазинами, ед. на 1 000 жителей | Розничный товароборот, полученный торговыми площадями, тыс. р./м <sup>2</sup> | Средний размер магазина, м <sup>2</sup> |
|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|
| <b>Первый тип – города с очень высоким уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</b> | 6,1   | Екатеринбург  | 198,83   | 165,69  | 8,64  | 707,83  | 2,04  | 234,78  | 346,91                                  |
| <b>Второй тип – города с высоким уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</b>       | От 2,3 до 5,6   | Камский, Уральский, Нижний Тагил, Первоуральск, Березовский, Рева (5)                               | 58,03  | 50,21   | 4,49  | 368,94  | 3,04  | 136,01  | 121,32                                  |
| <b>Третий тип – города со средним уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</b>      | От 1,0 до 2,2   | Верхняя Пышма, Качанар, Кировград, Заречный, Полевской, Серов, Асбест, Красноуральск, Невьянск, (9) | 47,92  | 44,09   | 2,81  | 386,08  | 3,55  | 114,10  | 108,74                                  |

Динамический анализ характеристик развития локального потребительского рынка *иллюстрирует устойчивость во времени типологических групп.*

Особо выделим усиление лидерства региональной столицы – города с *очень высоким* уровнем развития сетевой торговли (первый тип). При этом наблюдается ухудшение позиций пятого типа – городов с *очень низким* уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке. Так, если в 2003 г. отклонение товарооборота на душу населения Екатеринбурга – города первого типа составляло 4,37 раза, то в 2007 г. – уже 6,66 раза, т.е. произошло увеличение на 2,29 пункта (таблица 4).

Таблица 4 – Зависимость между уровнем развития сетевой торговли и оборотом розничной торговли на душу населения городов Свердловской области, тыс. р.

| Типы городов по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке                    | 2003         | 2004         | 2005         | 2006         | 2007          |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| <b>Первый тип</b> – очень высокий уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке | 61,55        | 83,42        | 115,75       | 149,10       | 198,83        |
| <b>Второй тип</b> – высокий уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке       | 20,77        | 29,13        | 35,40        | 44,30        | 58,03         |
| <b>Третий тип</b> – средний уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке       | 18,80        | 24,07        | 29,44        | 37,24        | 47,92         |
| <b>Четвертый тип</b> – низкий уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке     | 16,52        | 19,26        | 23,45        | 29,79        | 39,29         |
| <b>Пятый тип</b> – очень низкий уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке   | 14,09        | 17,15        | 19,77        | 24,40        | 29,86         |
| <b>Среднее значение по городам региона</b>   | <b>34,46</b> | <b>46,19</b> | <b>61,57</b> | <b>78,93</b> | <b>104,77</b> |
| <b>Среднее значение по городам региона без учета Екатеринбурга</b>                                     | <b>18,42</b> | <b>24,04</b> | <b>29,12</b> | <b>36,59</b> | <b>47,51</b>  |
| Отклонение показателя первого типа от пятого типа, раз   | 4,37         | 4,86         | 5,85         | 6,11         | 6,66          |
| Отклонение показателя второго типа от пятого типа, раз   | 1,47         | 1,70         | 1,79         | 1,82         | 1,94          |
| Отклонение показателя первого типа от среднего значения, раз   | 1,79         | 1,81         | 1,88         | 1,89         | 1,90          |
| Отклонение показателя пятого типа от среднего значения, раз  | 0,41         | 0,37         | 0,32         | 0,31         | 0,29          |

Противоположная тенденция наблюдается по городам пятого типа. За пять лет (2003–2007 гг.) их позиции не приблизились к среднерегиональному значению, а напротив, стали еще дальше. В 2003 г. показатель пятого типа составлял 41% от среднерегиональной величины, а в 2007 г. – всего 29%. Можно констатировать, что развитые территории с позиции ситуации на локальном потребительском рынке стали еще более развитыми, а остальные – еще более отсталыми и слабыми.

Аналогичный вывод получен при анализе динамики таких показателей, как оборот розничной торговли торгующих организаций на душу населения, оборот общественного питания на душу населения.



Продолжение таблицы 3

| Типы городов по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке                                  | Доля сетевых магазинов, % от общего городского значения | Представители группы (количество городов в группе)  | Оборот розничной торговли на душу населения, тыс. р. | Оборот розничной торговли торговых организаций на душу населения, тыс. р. | Оборот общественного питания на душу населения, тыс. р. | Обеспеченность населения торговыми площадями, 1 м <sup>2</sup> на 1 000 жителей | Обеспеченность населения магазинами, ед. на 1 000 жителей | Розничный товароборот, полученный с 1 м <sup>2</sup> торговых площадей, тыс. р./м <sup>2</sup> | Средний размер магазина, м <sup>2</sup> |
|--|---|---|--|---|---|---|---|--|---|
| <b>Четвертый тип</b> – города с <i>низким</i> уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке   | От 0,3 до 1,0   | Богданович, Ирбит, Краснотурьинск, Кушва, Нижняя Тура, Реж, Сысерть, Сухой Лог, Камышлов, Красноуфимск (10) | 39,29  | 33,74   | 2,74  | 455,65  | 5,07  | 73,99  | 89,85                                   |
| <b>Пятый тип</b> – города с <i>очень низким</i> уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке | Торговые сети отсутствуют                               | Алапаевск, Артемовский, Ивдель, Карпинск, Нижняя Салда, Североуральск, Тагил (7)                            | 29,86  | 27,24   | 1,75  | 323,84  | 4,53  | 83,65  | 71,45                                   |
| <b>Среднее значение по городам региона</b>   |   |   | 104,77   | 88,75   | 5,32  | 507,55  | 3,15  | 174,87   | 161,21                                  |
| <b>Среднее значение по городам региона без учета Екатеринбурга</b>   |   |   | 47,51  | 41,91   | 3,30  | 386,89  | 3,83  | 108,32   | 101,10                                  |

Таблица 5 – Зависимость между уровнем развития сетевой торговли и социально-экономическим развитием городов Свердловской области

| Типы городов по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке                    | Размер<br>единого налога<br>на вмененный доход<br>% от доходной части<br>городского бюджета |      | Средний размер<br>зарботной платы<br>на душу населения,<br>р. |        | Численность<br>безработных<br>на 1 000 жителей<br>города, чел. |       | Инвестиции<br>в основной капитал<br>на душу населения,<br>тыс. р./чел. |       | Производство<br>пищевых продуктов<br>на душу населения,<br>тыс. р./чел. |       |
|--|---|------|---|--------|--|-------|--|-------|---|-------|
|  | 2006  | 2007 | 2006  | 2007   | 2006   | 2007  | 2006   | 2007  | 2006  | 2007  |
| <b>Первый тип – очень высокий уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</b> | 6,14  | 5,29 | 12 306  | 16 320 | 5,63   | 4,18  | 27,38  | 44,77 | 12,68   | 14,12 |
| <b>Второй тип – высокий уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</b>       | 3,50  | 2,95 | 10 734  | 13 721 | 8,89   | 9,19  | 28,82  | 31,60 | 3,91  | 4,51  |
| <b>Третий тип – средний уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</b>       | 2,88  | 2,45 | 10 592  | 13 556 | 11,29  | 11,73 | 27,84  | 47,43 | 6,97  | 8,93  |
| <b>Четвертый тип – низкий уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</b>     | 3,19  | 2,73 | 8 993   | 11 343 | 1,15   | 13,70 | 9,11   | 13,64 | 5,19  | 6,72  |
| <b>Пятый тип – очень низкий уровень развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</b>   | 2,16  | 1,78 | 9 042   | 11 430 | 17,92  | 16,48 | 11,13  | 19,16 | 0,37  | 0,90  |

Проведенный нами анализ позволяет утверждать, что развитие сетевой экономики, в частности сетевых процессов на локальном потребительском рынке, влияет не только на динамику и характеристики последнего, но и на социально-экономическое положение города. Данная взаимосвязь носит не прямой, а, скорее, косвенный характер, поскольку большинство показателей муниципальной экономики многофакторны, но отрицать наличие взаимосвязи нельзя.

Четкая взаимосвязь прослеживается между уровнем развития сетевой торговли и размером единого налога на вмененный доход, выраженным в процентах от доходной базы городского бюджета. Выявленная взаимосвязь вполне объяснима, так как основными плательщиками данного налога являются хозяйствующие субъекты сферы розничной торговли (таблица 5).

Можно констатировать обратную зависимость между уровнем развития сетевой торговли и численностью безработных, зарегистрированных на 1 000 жителей. Присутствует прямая зависимость между уровнем развития сетевой торговли и размером заработной платы.

Проведенное нами исследование показало, что:

а) сетевые структуры расширяют свое присутствие в направлениях, где имеются потенциальный платежеспособный спрос, емкий рынок сбыта продукции, услуг;

б) сетевые структуры приносят новые образцы потребления, новые стандарты и стиль жизни, в результате чего начинает действовать закон возрастания потребностей, порождая их вновь и в новом качестве;

в) сети, в том числе торговые, привлекают на территорию города дополнительные инвестиции, создают новые рабочие места, формируют налоговую базу региона (города);

г) проникновение торговых сетей приводит к использованию новых технологий и методов торговли, развитию инфраструктуры города.

**4 Обоснованы перспективы и факторы будущего развития локальных потребительских рынков в разрезе выделенной на территории Свердловской области типологической структуры городов по уровню развития сетевой торговли.**

В условиях нестабильной экономической ситуации разработка прогнозов на долгосрочную перспективу является некорректной, поэтому ограничивается оценками, носящими гипотетический, качественный характер, на кратко- и среднесрочную перспективу, временной горизонт которых не превышает от одного до трех лет.

Особо отметим, что в условиях кризиса усиливается влияние на развитие регионального, а также локальных потребительских рынков, факторов и условий, связанных с экономическими изменениями: социально-экономических, формирующих спрос, и экономических факторов и условий, формирующих предложение (см. рисунок 2).

Таблица 6 – Перспективы развития локального потребительского рынка в городах Свердловской области

| Типы городов по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке                                     | Перспективы развития локального потребительского рынка  |
|---|---|
| <b>Первый тип</b> – города с <i>очень высокими</i> уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Сохранение положительной динамики локального потребительского рынка на фоне ее замедления.</li> <li>2 Сохранение высокой привлекательности локального потребительского рынка для развития сетевого бизнеса. (Продолжится рост и развитие сетей и их дифференциация по различным форматам (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, «магазины шаговой доступности»).</li> <li>3 Снижение активности экспансии федеральных торговых сетей, а также сетей из других регионов России.</li> <li>4 Удержание сильных позиций местных торговых сетей.</li> <li>5 Закрепление за локальным потребительским рынком позиций крупной сферы приложения труда значительной доли занятых в торгурской экономике</li> </ol> |
| <b>Второй тип</b> – города <i>высокими</i> уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Замедление динамики развития локального потребительского рынка, сокращение объектов торговой инфраструктуры за счет ухода с рынков слабых игроков.</li> <li>2 Сохранение высокого уровня развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке на фоне замедления экспансивного расширения сетевых процессов.</li> <li>3 Продолжение экспансии на территорию городов федеральных, региональных торговых сетей, преимущественно с форматом торговых объектов – магазин-дискаунтер. Сохранение угрозы вытеснения локальных участников рынка</li> </ol>  |
| <b>Третий тип</b> – города со <i>средними</i> уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Замедление динамики развития локального потребительского рынка в результате сокращения оборота розничной торговли, объектов торговли и торговых площадей за счет прекращения деятельности слабых игроков.</li> <li>2 Сохранение средних для регионального уровня показателей развития сетевой торговли.</li> <li>3 Экспансия и развитие на территории городов прежде всего региональных и местных торговых сетей</li> </ol>  |
| <b>Четвертый тип</b> – города с <i>низкими</i> уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Замедление замедление динамики развития локального потребительского рынка в результате сокращения его участников, прежде всего небольших по размеру хозяйствующих субъектов.</li> <li>2 Сохранение высокой зависимости локального потребительского рынка от экономической ситуации на градообразующем предприятии.</li> <li>3 Сохранение низкого уровня развития сетевых процессов на локальном потребительском рынке. Развитие на территории преимущественно региональных и местных торговых сетей.</li> <li>4 Преобладание в структуре локального потребительского рынка независимых хозяйствующих субъектов</li> </ol>  |

# Продолжение таблицы 6

| <p>Типы городов по уровню развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</p> <p>Пятый тип – города с очень низким уровнем развития сетевой торговли на локальном потребительском рынке</p> | <p>Перспективы развития локального потребительского рынка</p> <p>1 Низкая динамика развития локального потребительского рынка. По ряду показателей возможна отрицательная динамика развития (в частности, по количеству функционирующих объектов розничной торговли, размеру торговых площадей).</p> <p>2 Сохранение в ближайшей перспективе очень низкого уровня развития сетевой торговли или ее полное отсутствие, формирование условий для экспансии торговых сетей.</p> <p>3 Основными представителями хозяйствующих субъектов будут выступать отдельные самостоятельные независимые магазины. Сохранение низкой привлекательности городов пятого типа для развития сетевых структур по причине невысоких доходов населения, слабого развития инфраструктуры торговли, отсутствия квалифицированных кадров.</p> <p>4 По структурно-функциональным параметрам розничная торговая сеть городов пятого типа не претерпит каких-либо существенных изменений, по-прежнему будут преобладать автономные розничные торговые предприятия. Удовлетворение потребностей самых широких слоев населения города в основном будет осуществляться с применением традиционной формы – «торговля через прилавок», однако начнет постепенно развиваться и самообслуживание, преимущественно в непродуктовых магазинах</p> |
|--|--|
|--|--|

В группе *социально-экономических* факторов решающее значение приобретают уровень доходов населения, сложившийся на территории уровень занятости и безработицы, изменения потребительских предпочтений.

В группе *экономических* факторов на первые позиции перемещаются состояние экономики региона (муниципального образования), динамика цен, стоимость торговой недвижимости (рыночная и арендная), уровень развития производства потребительских товаров.

Считаем, что в ближайшей перспективе (1–3 года) развитие сетевой торговли будет происходить под влиянием действия (противодействия) следующих факторов и условий: 1) некоторое ослабление конкуренции со стороны международных и федеральных ретейлеров, а также ретейлеров других регионов; 2) снижение стоимости торговой недвижимости, в том числе арендной платы; 3) замедление темпов развития инфраструктуры сетевой торговли; 4) активный поиск резервов повышения экономической эффективности, замедление темпов региональной экспансии со стороны сетевых структур.

Поскольку предложенная нами типология отличается временной устойчивостью, то перспективы развития локальных потребительских рынков выделенных типов городов будут различаться (таблица 6).

Развитие сетевых процессов на локальном потребительском рынке – это неизбежный, активно развивающийся процесс, соответствующий реалиям формирования постиндустриального общества. Противодействовать ему означает останавливать эволюционный характер экономического развития. Для преодоления негативных проявлений функционирования сетевых структур в России активно создается законодательная база как на федеральном, так и региональном и местном уровнях.

### **III Основные положения диссертационного исследования опубликованы в следующих работах**

#### ***Статьи в изданиях, рекомендуемых экспертным советом ВАК РФ***

1 *Веровкин, Д. Ю.* Развитие элементов сетевой экономики на локальном потребительском рынке [Текст] / Д. Ю. Веровкин, Н. В. Новикова // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 29. Вып. 16. Сер. Экономика. – 1,0/0,5 п. л.

#### ***Монография***

2 *Дворядкина, Е. Б.* Локальный потребительский рынок : сетевые аспекты развития [Текст] / Е. Б. Дворядкина, Н. В. Новикова, Д. Ю. Веровкин. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. – 6,8/2,3 п. л.

## **Статьи и материалы в прочих изданиях**

3 *Веревкин, Д. Ю.* Закономерности локализации розничных торговых сетей в пространстве региона [Текст] / Д. Ю. Веревкин, Н. В. Новикова // Современные тенденции локализации предприятий : европейский и российский опыт : материалы Междунар. круглого стола / [отв. за вып. М. В. Фёдоров, Н. М. Сурнина]. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2009. – 1,4/0,7 п. л.

4 *Веревкин, Д. Ю.* Региональный потребительский рынок как саморазвивающаяся система [Текст] / Д. Ю. Веревкин, Н. В. Новикова // От идеи академика С. С. Шаталина о системных подходах к саморазвивающимся социально-экономическим системам : тр. Всерос. конф. Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2009. Т. 2. – 0,6/0,3 п. л.

5 *Веревкин, Д. Ю.* Понятийно-терминологический аппарат исследования локального потребительского рынка [Текст] / Д. Ю. Веревкин, Н. В. Новикова // Проблемы и перспективы развития российской экономики : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2009. – 0,8/0,4 п. л.

6 *Веревкин, Д. Ю.* Экономическое содержание локального потребительского рынка [Текст] / Д. Ю. Веревкин // Евразийское экономическое пространство : проблемы и тенденции развития : материалы XII Всерос. форума молодых ученых и студентов. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2009. – 0,1 п. л.

7 *Веревкин, Д. Ю.* Торговля как важнейшая бюджетобразующая отрасль экономики крупнейшего города [Текст] / Д. Ю. Веревкин // Экономико-правовые проблемы и перспективы развития Уральского региона : сб. науч. тр. / Урал. фин.-юр. ин-т. Екатеринбург, 2008. – 0,3 п. л.

8 *Веревкин, Д. Ю.* Потребительский рынок : проблемы регулирования органами местного самоуправления [Текст] / Д. Ю. Веревкин // Конкурентоспособность территорий и предприятий формирующейся новой экономике : материалы XI Всерос. форума молодых ученых и студентов. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. – 0,1 п. л.

9 *Веревкин, Д. Ю.* Локальный потребительский рынок : понятие, структура, сущностные характеристики [Текст] / Д. Ю. Веревкин // Воспроизводственный потенциал региона : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Уфа : РИЦ БашГУ, 2007. Ч. II. – 0,3 п. л.

10 *Веревкин, Д. Ю.* Региональный потребительский рынок: содержание, сущностные характеристики, основные элементы [Текст] / Д. Ю. Веревкин // Конкурентоспособность территорий и предприятий меняющейся России : материалы X Всерос. форума молодых ученых и студентов. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2007. – 0,1 п. л.

11 *Веревкин, Д. Ю.* Экономико-правовые проблемы регулирования потребительского рынка [Текст] / Д. Ю. Веревкин // Экономико-правовые проблемы и перспективы развития Уральского региона : материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург : Изд-во УрО РАН, 2006. – 0,4 п. л.

12 *Веревкин, Д. Ю.* Факторы будущей динамики потребительского рынка крупнейшего города [Текст] / Д. Ю. Веревкин // Интеграция экономики в систему мирохозяйственных связей : тр. XI Междунар. науч.-практ. конф. СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2006. – 0,3 п. л.

13 *Веревкин, Д. Ю.* Перспективы развития потребительского рынка крупнейшего города [Текст] / Д. Ю. Веревкин // Механизмы повышения эффективно-

сти инновационной деятельности : сб. науч. докл. II Междунар. науч.-практ. конф. Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2006. – 0,3 п. л.

14 *Веровкин, Д. Ю.* Потребительский рынок как фактор формирования инвестиционного климата крупнейшего города (на примере Екатеринбурга) [Текст] / Д. Ю. Веровкин // Финансовые проблемы РФ и пути их решения : теория и практика : тр. VII Междунар. науч.-практ. конф. СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2006. – 0,1 п. л.

15 *Веровкин, Д. Ю.* Теоретические подходы к исследованию локального потребительского рынка [Текст] / Д. Ю. Веровкин // Проблемы менеджмента и рынка – 2006 : сб. науч. тр. / под ред. А. П. Тяпухина. Оренбург : ИПК ОГУ, 2006. – 0,2 п. л.

16 *Веровкин, Д. Ю.* Регулирование потребительского рынка как важнейший элемент политики органов местного самоуправления [Текст] / Д. Ю. Веровкин // Политические, экономические и социокультурные аспекты регионального управления на Европейском Севере : материалы V Всерос. науч.-теор. конф. : в 2 ч. / [отв. за вып. В. П. Чесноков]. Сыктывкар : КРАГСиУ, 2006. – 0,3 п. л.

17 *Веровкин, Д. Ю.* Факторы формирования и развития городского потребительского рынка [Текст] / Д. Ю. Веровкин // Профессионал XXI века : проблемы и пути становления в условиях непрерывного образования : материалы Всерос. науч.-практ. конф. Н. Тагил : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2006. – 0,2 п. л.

18 *Веровкин, Д. Ю.* Региональный потребительский рынок: теоретико-методологические подходы к исследованию [Текст] / Д. Ю. Веровкин // Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире : материалы IX Всерос. форума молодых ученых и студентов. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2006. – 0,1 п. л.

19 *Веровкин, Д. Ю.* Городской потребительский рынок крупнейшего города : структурные изменения форм собственности (на примере розничной торговли) [Текст] / Д. Ю. Веровкин // Управление государственным сектором экономики : технологии и инструменты : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2005. – 0,2 п. л.



# **IV Содержание диссертационной работы**

## **ВВЕДЕНИЕ**

### **1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗВИТИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛОКАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ**

- 1.1 Понятийно-терминологический аппарат исследования  
локального потребительского рынка**
- 1.2 Сетевая экономика: сущностно-содержательные характеристики,  
применение в региональных исследованиях**
- 1.3 Подходы к исследованию локального потребительского рынка  
в рамках теории региональных рынков и теории сетевой экономики**

### **2 ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ НА ЛОКАЛЬНОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ТОВАРОВ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКИХ ОКРУГОВ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

- 2.1 Характеристика процессов функционирования и развития  
регионального потребительского рынка Свердловской области**
- 2.2 Сетевые процессы на региональном потребительском рынке товаров  
Свердловской области**
- 2.3 Типология городов Свердловской области по уровню развития  
сетевой торговли на локальном потребительском рынке**

### **3 ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ И ЛОКАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКАХ ТОВАРОВ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКИХ ОКРУГОВ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

- 3.1 Региональные приоритеты развития потребительского рынка  
Свердловской области**
- 3.2 Перспективы развития локального потребительского рынка  
в разрезе выделенных типов городов по уровню развития сетевой торговли**

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

## **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

Подписано в печать 14.04.2010.  
Формат бумаги 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Гарнитура «Таймс». Бумага офсетная.  
Печать плоская. Усл. печ. л. 1,5. Печ. л. 1,62.  
Заказ 157. Тираж 150 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии  
Уральского государственного экономического университета  
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45



